Mercados

¿Qué es un mercado?   
Lugar físico o virtual, donde compradores y vendedores realizan transacciones de bienes y/o servicios. Hay consumidores – compradores denominados demandantes.

Vendedores 🡪 oferta  
 Compradores 🡪 demanda

Vendedores (OFERTA).  
Consumidores – compradores (DEMANDA).  
El precio: el libre juego de la oferta y la demanda determinara el precio del producto y/o servicio.

Precio de equilibrio: es el punto donde la demanda y la oferta están conforme con él precio.

$ oferta  
  
  
  
  
  
 P.E  
  
  
 demanda  
 Q.E Q

Competencia perfecta:

* Hablamos de un producto homogéneo (productos iguales).
* Conocemos nuestros potenciales clientes y proveedores y podemos entrar y salir del mercado. (Se a quien le compro y a quien le vendo).
* Sin restricción de producción, puedo producir sin restricción, tengo a disposición la materia prima y compro sin límite.

Mercado de competencia imperfecta:

Ingreso Marginal

Precio Mercado

Monopolio

Q Ideal

Costo Marginal

Demanda

**Monopolio:** mercado de un solo oferente este único oferente va a ofertar la cantidad   
que se le ocurra al precio que se le ocurra. (porque es el único proveedor).  
  
**Monopolista Discriminador de precios:** conoce cuanto están dispuesto a pagar los   
distintos actores y lo que hace es Fijar distintos precios. (002)

Monopolista Discriminador de precios

**$**

Precio 1

Precio 2

Precio 3

**Q**

Q3

Q2

Q1

Ejemplo de monopolio: Microsoft con el S. O  
Ejemplo Monopolio Discriminador de precio: Empresas de Cable (Ejemplo Fidelidad)

**Oligopolio (mercado de pocos oferentes):**se ponen de acuerdo entre ellos en un   
 precio y ese precio no se discute (Estaciones de servicio, telefonía celular).  
  
**Mercado Competencia monopolística:** son muchos los vendedores, pero buscan   
 diferenciar su producto o su marca para en algún punto convertirse en un   
 monopolista (localmente (Nestlé, Coca-Cola, PepsiCo etc.)).

**Monopsonio** (Un solo comprador- Estado en la obra pública): en teoría compra al   
precio más bajo por ser el único comprador.   
  
**Oligopsonio:** Pocos Compradores (Cias Lecheras, Tabacaleras): estos pocos van a  
manejar el precio del producto porque tiene la logística, los camiones y manejan la   
distribución.  
  
**Utópico:** solo se asemeja el de los comodities(petróleo, granos).  
  
**Estado** (Nacional, Provincial o Municipal) interviene en los mercados estableciendo impuestos, tasas etc. (esto distorsiona el precio justo)  
  
Fija impuestos que distorsionan el libre juego de la oferta y la demanda(cuando se paga el IVA).  
  
Fija aranceles a los productos importados: se cobra cuando entra a aduana un   
arancel de importación, buscando proteger el mercado local.

Retenciones (impuestos a las exportaciones): se busca que no haya   
desabastecimiento en el mercado local, Cuando el dólar está alto, al productor local   
le conviene exportar ese producto.   
  
Subsidios: reintegros que hace el estado a determinados productores con el fin de    
que continúe desarrollando una actividad o prestando un servicio que   
económicamente no es rentable.

**Conceptos de Mercado**

**Cartel:** Es una forma de oligopolio en la cual los productores se ponen de acuerdo para dividirse el mercado (son acuerdos entre productores para dividirse el mercado).

**Dumping:** vender por debajo del costo o del precio normal del mercado. se usa para eliminar a la competencia, y apoderarse del mercado.

**El Triángulo de servicio**

**Bienes Servicios**

**Tangible Intangible**

**Cliente 🡨🡪 Prestador del servicio**

**Objetivo del servicio= Satisfacción del cliente 🡪 Desarrollar la cultura del servicio.**

Armar una historia donde el cliente se sienta bien

(A quién y cómo le brindamos el servicio)

**El triángulo de servicio:** es un esquema que permite integrar cuatro elementos claves para una mejor gestión de los negocios y garantizar la satisfacción del cliente, en el cual el cliente es el centro de este modelo. Todas las piezas deben trabajar de forma sincronizada para obtener el mejor resultado.

**Definición Triangulo de servicio:** Es una filosofía que induce a comportarse y relacionarse orientados al cliente.

**Sistemas:** son todos los elementos no-humanos que interactúan con el cliente, tales como sistemas de comunicación, sistemas informáticos, máquinas vendedoras automáticas, sistemas de audio o video, ascensores, escaleras mecánicas y otros muchos.

**Estrategia:** seria considerar objetivos y metas concretas para el servicio de cada organización, y definir la logística para dar soporte al personal y los sistemas que dan el servicio al cliente.

**Persona**: las personas que prestan servicio.